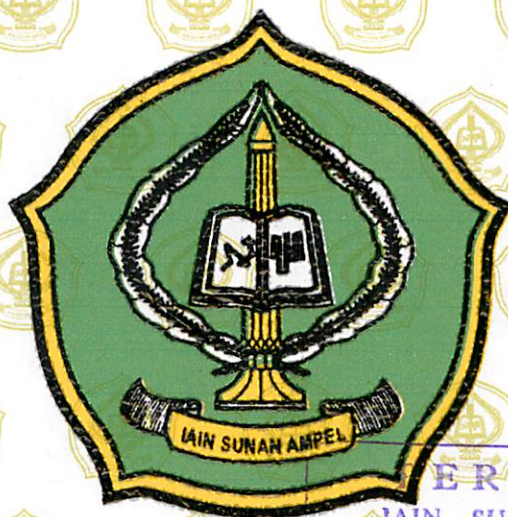


**STRATEGI PT CITRA TV LAMONGAN
DALAM MEMBANGUN CITRA TELEVISI YANG FAVORIT**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Guna
Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial Dalam
Bidang Ilmu Komunikasi



Oleh :

Rama Widho Ya'qub
NIM. B06206025

No. KLAS
12
D-2011
008
Kom

PERPUSTAKAAN
IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA

No. REF : D-2011/Kom/008

ASAL BUKU :

TANGGAL :

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS DAKWAH
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
JANUARI 2011**

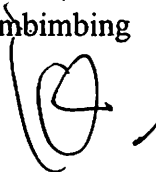
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi

Rama Widho Ya'qub telah diperiksa dan disetujui untuk
diujikan

Surabaya, 20 Januari 2009

Pembimbing



Nikmah Hadiati Salisah, S.Ip.M.Si

NIP 197301141999032004


PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Rama Widho Ya'qub telah di pertahankan di depan
Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 26 Januari 2011

Mengesahkan
Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel
Fakultas Dakwah
Dekan,




Dr. Aswadi, M.Ag.

NIP. 196004121994031001

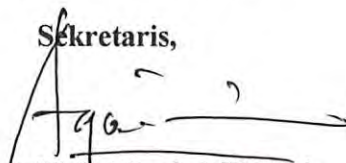
Ketua,



Nikmah Hadiati Salisah, Sip.M.si

NIP. 197301141999032004

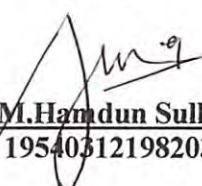
Sekretaris,



Drs. Agus Moh. Moefad.SH.Msi

NIP. 19700822005011004

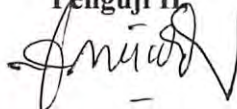
Penguji I,



Drs.H.M.Hamdun Sulhan,Msi

NIP. 195403121982031002

Penguji II,



Lilik Hamidah,S.Ag,M.si

NIP. 197312171998032

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

PENULIS SKRIPSI

Bismillahirrohmanirrohim,

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Rama Widho Ya'qub
Nim : B06206025
Prodi : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jatirenggo Glagah Lamongan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar apapun.
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.
3. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 07 Februari 2011

METERAI
TEMPEL
PAJAK MENANGGUNG RANGGA
TGL. 20

D4A77AAF588871948

ENAM RIBU RUPIAH
6000



DJP

Menyatakan,

RAMA WIDHO YA'QUB

NIM : B06206025

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Definisi Konsep.....	5
F. Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II : KERANGKA TEORITIK	
A. Kajian Pustaka	
1. Strategi.....	9
a. Pengertian Strategi.....	9
b. Perumusan Strategi.....	12
c. Strategi Mengolah Televisi	14
d. Strategi Manajemen.....	17
e. Komponen pesan.....	26
2. Pencitraan.....	19
a. Pengertian Pencitraan.....	19
b. Pencapaian Citra Positif.....	21
c. Proses Pembentukan Citra.....	23
d. Strategi Pencitraan.....	24
3. Televisi.....	26
B. Kajian Teoritik	
Teori AIDDA.....	31
C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	32
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Dan Jenis Peneletian.....	35
B. Subjek Penelitian.....	36
C. Jenis Sumber Data.....	39
D. Tahap-Tahap Penelitian	40
E. Tehnik Pengumpulan Data.....	43
F. Tehnik Analisis Data.....	44
G. Tehnik Keabasahan Data.....	46

Dalam penelitian ini peneliti, menggunakan obyek penelitian sebuah perusahaan televisi di daerah Lamongan dan perusahaan televisi tersebut adalah PT.Citra tv atau yang lebih di kenal dengan sebutan Ctv yang berslogan “Kebanggaan Kita Bersama” yang tempatnya di pusat kota Lamongan jl. Lamongrejo no.28 lantai 2, Lamongan. Peneliti sengaja memilih obyek penelitian ini karena menurut pengamatan peneliti PT. Citra tv adalah suatu stasiun tv lokal dimana televisi tersebut mempunyai fungsi sebagai sebuah media informasi melalui informasi tersebut audien mengetahui apa yang terjadi di lingkunganya, sebagai sebuah tv lokal Ctv juga harus menjalankan fungsinya sebagai media informasi dengan menyajikan beragam informasi yang di butuhkan masyarakat lamongan dan sekitarnya. Oleh sebab itu Peneliti sengaja memilih obyek penelitian ini karena menurut pengamatan peneliti sangat menarik untuk diketahui strategi apa yang dipakai dalam

1. Strategi

JLThompson (1995) mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir. Hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi. Ada strategi yang luas ntuk keseluruhan organisasi dan strategi kompetitif untuk masing-masing aktifitas.³

melihat atau merasakan sesuatu yang akan di capai oleh perusahaan atau cara manajemen melihat atau merasakan sesuatu obyek.⁵

penyiaran seperti di CTV sangat di butuhkan untuk mencapai citra yang positif yang di tunjukkan kepada masyarakat (khalayak).

3. Televisi favorit

Televisi adalah suatu media massa yang mempunyai pesan untuk disebarkan melalui media elektronik yang bersifat umum (publik) karena ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum. Media televisi disadari atau tidak sudah menjadi kebutuhan masyarakat luar oleh karena itu banyak pengusaha yang tertarik untuk membuat strategi televisi baik bersekala nasional ataupun lokal. Disamping itu televisi merupakan usaha atau bisnis yang menguntungkan karena jikalau stasiun televisi disukai masyarakat (publik). Maka akan menghasilkan keuntungan yang signifikan dan banyaknya iklan yang masuk untuk mempromosikan suatu produk/jasa yang ingin di iklankan. karena mengandalkan tayangan secara visual maka segala sesuatu yang Nampak harus di buat semenarik mungkin.¹⁰ Semua program televisi pada awalnya di tayangkan dalam siaran langsung (live). Pertunjukan opera di new York menjadi progam favorit televisi dan di siarkan secara langsung.

Televisi merupakan salah satu medium terfavorit bagi para pemasang iklan di Indonesia. Media televisi merupakan industri yang padat modal, padat teknologi dan padat sumber daya manusia.¹¹ Siaran televisi sesuai dengan sifatnya yang dapat di ikuti secara audio dan visual

¹⁰ Frank jefkins, *Public Relation: bagian lima* ,PT gelora aksara pertama, hal.107

¹¹ Morisan, M.A. *manajemen media penyiaran*, Kencana. 2008. Hal.12

audien yang akan menjadi fokus program TV serta apa kebutuhan mereka yang belum terpenuhi, media penyiaran sudah barang tentu harus mempertimbangkan aspek penyiaran pemasaran ketika merencanakan program siarannya karena program yang di produksi dengan biaya mahal bertujuan agar di sukai sebanyak mungkin audien.

Suatu departemen pada suatu stasiun televisi penyiaran biasanya dipimpin oleh seorang manajer atau direktur yang membawahi sejumlah manajer. Pada stasiun kecil atau menengah, mungkin ada beberapa jabatan atau fungsi manajerial yang dirangkap oleh satu orang, misalnya, *general manager* yang bisa juga menjadi manajer pemasaran, manajer pemasaran juga bisa menjadi menejer program dapat juga menjadi manajer operasi, menejer operasi bisa juga menjadi manajer teknik. Sementara untuk stasiun televisi yang besar biasanya ada posisi manajer teknik.

strategi sementara manajemen puncak umumnya memegang sikap serta memberikan kepercayaan penuh kepada para individu untuk melaksanakan tugasnya. Perencanaan manajemen strategi merupakan bagian dari manajemen strategis. Manajemen setrategi adalah seni atau ilmu untuk pembuatan (*formulating*), penerapan (*implementing*) evaluasi (*evaluating*) keputusan keputusan strategi antar fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan di masa datang. Jadi, perencanaan strategi lebih terfokus pada bagaimana manajemen puncak menentukan visi, misi, falsafah, dan strategi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang.²⁹

dapat diartikan juga manajemen setrategi adalah sebuah proses yang berkesinambungan dimulai dari perumusan strategi, di lanjutkan dengan pelaksanaan kemudian penyempurnaan strategik tersebut, karena keadaan di dalam dan di luar perusahaan /organisasi yang selalu berubah.³⁰

2. Citra

a. Pengertian citra.

Citra adalah suatu gambaran tentang mental, ide yang di hasilkan oleh imaginasi atau kepribadian yang di tunjukkan kepada

²⁹ Husein Umar, *Strategi Management in action*, (jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama 2001) hal:18

³⁰ Dr.Akdon,M.pd. *Strategi Manajenment for educational Manajement*, (Perpustakaan Nasional RI: Katalog Dalam Penerbitan (KDT), Hal; 5

bisa berbeda di mata dua orang yang berlainan. Dengan demikian citra adalah kesan seorang atau individu tentang suatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Menurut Kasali, citra adalah kesan yang timbul karena pemahaman akan kenyataan, dan pemahaman itu sendiri muncul karena informasi.³⁴

Pencitraan sangat penting untuk mengenalkan suatu produk itu berkualitas terhadap konsumennya. Pencitraan biasa dilakukan dengan jalan jasa siaran melalui media elektronik khususnya dalam penelitian ini pencitraan Televisi jasa siaran Menurut Philip Koher jasa diartikan setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.³⁵

Siaran yang merupakan pesan atau rangkaian pesan yang di sampaikan oleh seorang penyiar (*announcer*) yang biasanya melalui media elektronik khususnya dalam penelitian ini adalah televisi, siaran berasal dari kata siar yang berarti menyebar luaskan informasi melalui pemancar. Kata siar yang berakhiran an membentuk kata benda mengenai apa yang di siarkan siaran dapat berupa audio dan audio visual.³⁶

Zeit haml et.al.mengemukakan lima demensi dalam menentukan kualitas jasa antara lain:

³⁴ Rhenald Kasali, *Management Publik Relations* (Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti, 1994) Hal: 30

³⁵ fandy ciptono .*pemasaran jasa* (malang anggota IKAPI jatim,2004) hal 16

³⁶ Wahyudi JB, *Dasar dasar jurnalistik radio dan televisi* (Jakarta:PT pustaka Utama 1996) hal: 8



Televisi merupakan bisnis yang tidak hanya memerlukan biaya investasi awal yang besar untuk pengadaan infrastruktur , peralatan produksi studio dan penyiaran (pemancar dan jaringan transmisi), melainkan juga memerlukan biaya operasional yang besar, terutama untuk biaya produksi dan pengadaan (pembelian) program. Dukungan biaya operasional yang cukup dan stabil dari pemilik sangat menentukan kemampuan suatu stasiun TV untuk memproduksi dan menyiarkan program bermutu, menarik, diminati dan dibutuhkan masyarakat. Media televisi tersebut juga suatu media yang fungsinya antara lain:

1. Sebagai informasi yaitu pengumpulan, penyimpanan , pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan. Opini dan komentar yang dibutuhkan agar orang dapat mengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi internasional, lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
2. Sosialisasi (pemasyarakatan): penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat.
3. Motivasi: menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.

4. **Perdebatan dan diskusi:** menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah public, menyediakan bukti-bukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum dan agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kegiatan bersama ditingkat internasional, nasional, dan local.
5. **Pendidikan:** pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak dan pendidikan keterampilan serta kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.
6. **Memajukan kebudayaan:** penyebarluasan hasil kebudayaan dan seni budaya maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang membangunkan imajinasi dan mendorong kreativitas serta kebuuthan estetikanya.
7. **Hiburan:** penyebarluasan sinyal, simbol, suara, dan citra (image).
8. **Integritasi:** menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan memperoleh berbagai pesan yang diperlukan mereka agar mereka dapat saling kenal dan mengerti dan menghargai kondisi, pandangan, dan keinginan orang lain.sama halnya dengan media lainnya, televisi yang favorit juga memiliki sejumlah karakteristik yang bersifat khusus. Antara lain adalah sebagai berikut;
 1. Memiliki jangkauan luas dan segera dapat menyentuh rangsangan penglihatan dan pendengaran manusia.

Pembuatan program televisi relatif lebih lama dan mahal, apalagi bila dibandingkan dengan program radio. Untuk menekan biaya, pihak produsen sering menjalin kerja sama tertentu dengan perusahaan atau pihak lain. Konsekuensinya, ia harus toleran terhadap iklan atau pesan khusus dari perusahaan tersebut.

Di negara-negara maju, khalayak TV lebih besar dibandingkan dengan khalayak radio. Artinya, program TV lebih populer dan lebih memikat. Belakangan ini kemajuan di dunia pertelevisian semakin pesat. Begitu banyak perubahan yang sudah terjadi yang dengan sendirinya merombak kebiasaan khalayak dalam menikmati acara TV. Semakin menariknya acara-acara TV bahkan sempat mengancam 3.000 bioskop dan teater di Inggris. Proses ini sudah berlangsung sejak beberapa tahun yang

lalu. Bagi para pemirsa, perkembangan tersebut merupakan sesuatu yang positif karena memberi mereka lebih banyak pilihan.⁴⁶

perhatian (*Attention*), untuk itu komunikator harus menimbulkan daya tarik, mampu menyusun, merancang pesan yang baik sebelum pesan itu dikonsumsi kepada publik atau khalayak. Seorang komunikator akan mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan sikap, pendapat dan tingkah laku komunikasi melalui mekanisme daya tarik, jika pihak komunikasi merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya. Sehingga komunikasi bersedia untuk taat pada pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Interest (Minat) Dimulainya komunikasi dengan membangkitkan perhatian merupakan awal suksesnya komunikasi. Selanjutnya apabila perhatian komunikasi telah terbangkitkan maka di usahakan menumbuhkan minat.

Desire (Hasrat) Minat adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat (*Desire*) untuk melakukan kegiatan yang dilakukan komunikator.

Decision (Keputusan) Kalau komunikasi hanya berupa hasrat saja bagi komunikator belum berarti apa – apa, sebab harus dilanjutkan dengan keputusan (*Decision*).

Action (Kegiatan atau tindakan) yakni keputusan untuk melakukan kegiatan (*Action*), sebagaimana yang diharapkan komunikator.⁴⁹

Menurut Wilbur Schramm proses komunikasi terdapat lima tahap yang saling berkaitan, yaitu tahap menarik perhatian (*Attention*), tahap

⁴⁹ Swastha Basu, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Liberty:Jogjakarta, 1990), hal, 347 –

- d. Memperbanyak promosi, *marketing public relation* dalam memperbanyak promosi dengan cara mempresentasikan kepada perusahaan-perusahaan, mengundang client datang ke radio dan mengirim proposal penawaran.

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh siti muzdalifah adalah teletak pada lokasi dan jenis perusahaan kalau penelitian muzdalifah berada di radio suara mitra surabaya sedangkan studi penelitian ini berada di wilayah Lamongan tepatnya pada CTV. Kesamaanya yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif

METODE PENELITIAN

1. pendekatan

2. jenis penelitian

⁵²Jalaluddin Rahmat, *Metode penelitian Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosda karya, 2004), hal. 24

⁵³Jalaluddin Rahmat, *Metode penelitian Komunikasi* hal 22

⁵⁴Lexi J. Moleong, *metodologi penelitian kualitatif*, (bandung: remaja rosda karya,2004)hal 2

pengetahuan di bidang pemograman siaran televisi. Di butuhkan banyak strategi untuk mengolah televisi, akan tetapi bagaimanapun Departemen program dan manajer program stasiun penyiaran memiliki kedudukan yang sangat setrategis dalam menunjang keberhasilan stasiun penyiaran. Citra suatu televisi juga tergantung dari departemen bagian pemograman karena pemogram siaran harus mengetahui setrategi dalam melakukan penyiaran yang dilakukan oleh PT. Citra tv tersebut agar tepat sasaran apa yang di sampaikan kepada audien.

Alasan peneliti memilih sumber informasi dari mbak Aulia siska S.SOS yang mempunyai jabatan sebagai penanggung jawab berita karena peneliti yakin beliau sangat berpengalaman dan mempunyai kebijakan dalam masalah pemberitaan yang baik dan benar yang akan berhubungan dengan pencitraan televisi PT. citra tv lamongan dalam mencitrakan televisinya menuju televisi lokal yang favorit.

Alasan peneliti memilih informan Zulkifli Zakaria karena mas Zulkifli adalah staf pemberitaan yang mempunyai tugas yang sama dengan mbak Aulia Siska S.SOS di dalam PT. CTV tersebut. Peneliti yakin bahwa mas zulkifli mempunyai kebijaksanaan mengenai bidang pemberitaan yang akan di siarkan dalam televisi karena apa yang akan di rencanakan serta di laksanakan oleh staf pemberitaan sangat berhubungan dengan pencitraan suatu televisi. Dimana suatu berita itu menarik dan bisa menjadikan citra yang positif untuk PT.CITRA TV lamongan dalam membangun citranya kepada audien sebagai televisi yang favorit

Alasan peneliti memilih informan Moh. Kholili dan Abd, Ghofur karena mereka adalah salah satu yang mewakili audien dari program televisi Ctv. Peneliti yakin Moh. Kholili dan Abd. Ghofur mampu memberi informasi kepada peneliti, mereka mempunyai kebijakan dalam menilai tentang televisi yang favorit, bagaimanapun citra di ciptakan oleh perusahaan dan yang menilai adalah audien.

C. Jenis dan sumber data

a. Jenis Data

1) Data Primer

Data primer yaitu: Data primer, adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti (petugas-petugasnya) dari sumber pertamanya.⁵⁷ sumber data utama yang di peroleh peneliti dari subjek peneltian berupa hasil wawancara dari informan dan sumber data primer ini adalah orang-orang yang memegang kunci utama sumber data dalam penelitian ini. Karena informan adalah orang yang benar tahu dan terlibat dalam kegiatan strategi pencitraan yang ada di perusahaan televisi tersebut. Dalam penelitian ini sumber data primer adalah orang orang yang terlibat dalam bidang strategi televisi untuk membentuk citra yang baik di mata public khususnya dalam penelitian ini adalah penanggung Jawab bidang program PT. CITRA TV lamongan.

⁵⁷ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), hal:

menjaga hubungan baik antara peneliti dengan orang – orang yang berada di perusahaan tempat melakukan penelitian.

2) Tahap pekerjaan lapangan

Uraian tentang tahap pekerjaan lapangan dibagi atas tiga bagian yakni :

- Memahami latar penelitian dan persiapan diri
- Memasuki Lapangan
- Berperan serta sambil mengambil data

3) Tahap analisis data

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar. Analisis data merupakan proses yang merinci usaha secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan temuan penelitian deskriptif kualitatif. Proses analisa data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan, yang telah ditulis dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar foto, video, dan sebagainya. Setelah data-data tersebut dipelajari, langkah berikutnya adalah mereduksi data dengan cara membuat abstraksi. Selanjutnya, tahap akhir analisis data ialah mengadakan pemeriksaan keabsahan data. setelah melampaui tahap ini, maka berlanjut ke tahap

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan hal penting dalam melakukan penelitian, analisis data merupakan proses mengorganisasikan, mengurutkan ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan data terkumpul dengan tujuannya untuk mendapatkan suatu kesimpulan.

Dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Maka dari itu peneliti menggunakan metode berpikir induktif yaitu penjelasan dari yang umum sampai kepenjelasan yang khusus, sehingga pada akhirnya biasa di tarik sebuah kesimpulan.

Proses data pada penelitian kualitatif dimulai dengan menelaah seluruh data yang terkumpul dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, pengamatan yang sudah di tulis dalam catatan lapangan, Dokuman pribadi, dokumen resmi, gambar, foto, dan sebagainya, sehingga menghasilkan analisis secara luas, umum serta terperinci.

Data yang terkumpul selanjutnya di analisa dengan metode menyederhanakan data kedalam bentuk yang lebih mudah di baca dan di pahami. Selain itu data di terjunksan dan di manfaatkan agar dapat dipakai untuk menjawab masalah yang di ajukan dalam penelitian. Model yang di gunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah tahapan model alir sebagaimana yang telah di sampaikan oleh Miles dan Huberman bahwa

pengumpulan data, reduksi data dan penyajian data dan verifikasi data berjalan secara simultan⁶⁴ antara lain :

1. Tahap Reduksi Data

Diartikan sebagai proses pemilahan pemusatan, perhatian dan penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan tertulis yang di dapat dari lapangan penelitian. Pada reduksi data peneliti menfokuskan pada data lapangan yang telah terkumpul. Data lapanga tersebut harus dipilah dan dipilih dalam arti untuk menentukan derajat relevansinya dengan maksud penelitian. Selanjutnya data yang lolos dipilihan tersebut dipilih dengan cara mengklasifikasi data atas tema, tema, memadukan data yang tersebar, menelusuri tema untuk merkomendasikan data yang kemudian di abstraksikan dalam tilisan.

2. Tahap Tahap Penyajian Data

Tahap-tahap penyajian data diartikan sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemung kinan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data yang sering digunakan dalam penelitaian kualitatif adalah bentuk teks naratif, peneliti menyederhanakan informasi yang kompleks ke dalam kesatuan bentuk yang disederhanakan dan selektif dalam bentuk naratif kemudian di kemas secara sederhana pula.

3. Tahap Penarikan Kesimpulan Dan Verifikasi Data

⁶⁴ Matthew B Miles dan A Micheal Huberman, *Analisis Data Kualitatif Terjip Tjetjep Ruhendi Ruhidi* (Jakarta: Universitas Indonesia, 1992), hal 18

	Tower/ Menara (HO Tower)		208.412/ 2009
		Tanggal	07 Desember 2009
		Nama instansi yang menerbitkan	BADAN PERIJINAN PEMERINTAH KABUPATEN BOJONEGORO
11	Izin Gangguan (HO)	Dalam Proses	
12	Izin Mendirikan Bangunan Kantor (IMB Bangunan)	No	188 / 47 / KEP / 412.11 / 2009
		Tanggal	19 Pebruari 2009
		Nama instansi yang menerbitkan	KANTOR PERIJINAN PEMKAB BOJONEGORO
13	Izin Mendirikan Bangunan Tower/Menara (IMB Tower)	No	Dalam proses
		Tanggal	
		Nama instansi yang menerbitkan	

sekitarnya. Dengan adanya televisi lokal, tentu saja akan membuka lowongan pekerjaan baru bagi masyarakat yang masih belum memiliki pekerjaan. Disamping itu, televisi juga akan mendatangkan pemasukan tersendiri bagi pemerintah daerah. Dengan banyaknya belanja iklan yang terus berkembang tiap tahunnya, serta minat masyarakat Lamongan dan sekitarnya untuk mengembangkan usaha yang dimilikinya, tentu saja hal itu merupakan sisi positif dari pendirian sebuah televisi lokal, dalam hal perekonomian.

Sebagai sarana hiburan bagi masyarakat Lamongan dan sekitarnya. Dimana hiburan tersebut menampilkan tayangan dari daerahnya sendiri. Informasi dan hiburan yang berasal dari daerah sendiri, dirasa lebih menarik dan dapat mendorong orang untuk menyaksikan CTV.

Mengingat pentingnya pendidikan di kalangan masyarakat pada saat ini, Citra Televisi juga bermaksud untuk mengangkat pendidikan di Lamongan dan sekitarnya. Hal ini dilakukan dengan cara mengadakan acara-acara yang berhubungan dengan pendidikan, serta menyajikan tayangan yang dapat mendidik masyarakat. Sehingga, dengan adanya CTV diharapkan dapat menambah ilmu serta pengetahuan masyarakat.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa maksud pendirian CTV sangatlah banyak dan beragam. Mulai dari menyuguhkan informasi yang hangat dan terkini dari daerah Lamongan dan sekitarnya,

memberikan hiburan lokal dan non lokal, mengangkat citra pendidikan di Bojonegoro, serta meningkatkan kesejahteraan perekonomian masyarakat Bojonegoro dan sekitarnya.

Tujuan pendirian

Menstimulai dan mempromosikan keunggulan-keunggulan daerah sehingga mampu berkompetisi dalam persaingan global dengan memperhatikan moral dan etika.

Menjadi acuan bagi masyarakat Lokal dan sekitarnya untuk memperoleh informasi tentang penyelenggaraan pemerintahan maupun kemasyarakatan.

Menjadi Media Elektronik Utama pilihan masyarakat Bojonegoro, Tuban dan Lamongan. Menumbuhkan kesadaran masyarakat akan pentingnya media elektronik sebagai sarana mengenalkan produk, usaha, perusahaan, serta gaya hidup pada umumnya di Bojonegoro, Tuban dan Lamongan.

Permodalan perusahaan

Modal perusahaan berasal dari para pemilik saham dan akan berkembang terus sesuai dengan kebutuhan akan sarana dan prasarana PT.Citra Televisi. Dan jumlah penambahan modal akan ditentukan dalam rapat umum pemegang saham.

Dari sisi kesiapan badan Hukum sebagai persyaratan utama untuk menjadi penyelenggara penyiaran sebagaimana dimaksudkan oleh Undang – undang Nomor. 32 tahun 2002 tentang penyiaran,

maka dapat disimpulkan bahwa PT Citra Televisi sudah memenuhi persyaratan yang dibutuhkan dalam rangka mendapat Izin Penyelenggara Penyiaran sebagai badan hukum Lembaga Penyiaran Swasta Penyelenggara jasa penyiaran televisi berbasiskan stasiun lokal di Bojonegoro, sebagaimana diamanatkan pasal 16 ayat (1) Undang – undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran.

Dilihat dari struktur permodalan PT Citra Televisi, belum memberikan kesempatan kepemilikan saham perseroan kepada karyawan, namun PT. Citra Televisi mempunyai rencana untuk memberikan kesempatan kepada karyawannya untuk ikut memiliki saham perseroan secara kolektif dan untuk selanjutnya karyawan diberikan prioritas kepemilikan saham. Dengan demikian, PT. Citra Televisi beritikad baik untuk memenuhi pasal 17 ayat (3) Undang – undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran.

PT. Citra Televisi adalah badan hukum perseroan yang didirikan oleh 3 (tiga) orang warga Negara Indonesia yaitu: (1) Debby Kurniawan S.Kom, (2) Bety Nurfia Puspitarini, dan (3) Retno Wardhani S. Kom, yaitu dengan modal awal sebesar Rp. 3.000.000.000,00 (Tiga milyar rupiah) yang terbagi atas 3000 (tiga ribu) saham atas nama masing – masing dengan nilai nominal sebesar Rp. 1.000.000,00 (satu juta rupiah), yang seluruhnya dimiliki warga Negara Indonesia, yang dari modal dasar tersebut

Tabel 4.3, Data manajemen

1	Komisaris Utama	Nama	RETNO WARDHANI		
		Tempat/tanggal lahir	MAGETAN, 17 FEBRUARI 1982		
		Kewarganegaraan	INDONESIA		
		Agama	ISLAM		
		Pendidikan	SARJANA STRATA – 1		
		Alamat rumah	JL. LAMONGREJO 28 LAMONGAN		
		Kode Pos	62211		
		Telepon	Kantor	Rumah	HP
		Fax			
		Email	<u>RETZNO@YAHOO.COM</u>		

2	Direktur Utama (Selaku Penanggung Jawab Umum)	Nama	DEBBY KURNIAWAN S.KOM.		
		Tempat/tanggal lahir	LAMONGAN, 7 SEPTEMBER 1981		
		Kewarganegaraan	INDONESIA		
		Agama	ISLAM		
		Pendidikan	SARJANA STRATA – 1		
		Alamat rumah	JL.LAMONGREJO 28 LAMONGAN		
		Kode Pos	62211		
		Telepon	Kantor 0322 324040	Rumah 0322 312191	HP 0812300 9890
		Fax			
		Email	<u>DEBBYKURNIAWAN@LYCOS.COM</u>		
3	Direktur	Nama	BETY NURFIA PUSPITARINI		
		Tempat/tanggal lahir	LAMONGAN, 17 DESEMBER 1986		
		Kewarganegaraan	INDONESIA		
		Agama	ISLAM		
		Pendidikan	SLTA		

berita mana yang tidak layak untuk ditayangkan. Sekaligus mencatat rekapitulasi kumpulan berita yang telah terkumpul.

4. Departemen Teknik dan Manager Teknik

Tugas dan Tanggungjawabnya adalah menentukan sistem secara teknik yang akan diterapkan oleh perusahaan. Menangani semua masalah yang bersifat teknik. Baik itu teknik kinerja alat hingga teknik tayangan. Menentukan jenis alat teknik (peralatan) yang akan dipakai untuk mendukung kegiatan televisi. Manager Teknik secara langsung bertanggung jawab atas 4 (empat) Divisi :

a. Divisi Master Control (MC) & On Air

Divisi ini bertugas untuk menayangkan semua program acara yang telah jadi. Yang mana program yang ditayangkan oleh divisi ini harus sesuai dengan jadwal tayang yang sudah ada. Selain menayangkan tayangan – tayangan program, divisi ini juga bertugas menayangkan iklan – iklan yang sudah masuk ke Citra TV.

b. Divisi Studio dan Produksi

Divisi ini bertugas untuk memaksimalkan fungsi dan peralatan virtual studio untuk program – program Citra TV. Dari set dekorasi, meningkatkan taste dekorasi, hingga membuat alir promo program – program Citra TV. Selain itu divisi ini juga bertugas secara langsung program – program yang telah terkonsep. Sehingga

Divisi ini bertugas untuk menyediakan bentuk keadministrasian yang di butuhkan oleh semua divisi dalam bentuk suratmaupun dokumen. Selain itu secara langsung bertugas mengatur dan mencatat HRD Citra TV.

b.Divisi marketing dan sales

Divisi ini bertugas menciptakan market (pasar) yang efektif sehingga menciptakan banyak peminat iklan produk untuk mengiklankan produknya ke Citra TV. Selain itu juga bertanggung jawab atas penjualan tayangan Citra TV pada masyarakat sehingga terbentuk tayangan yang mempunyai daya jual tinggi.

c. Divisi Event (off air) dan usaha lain

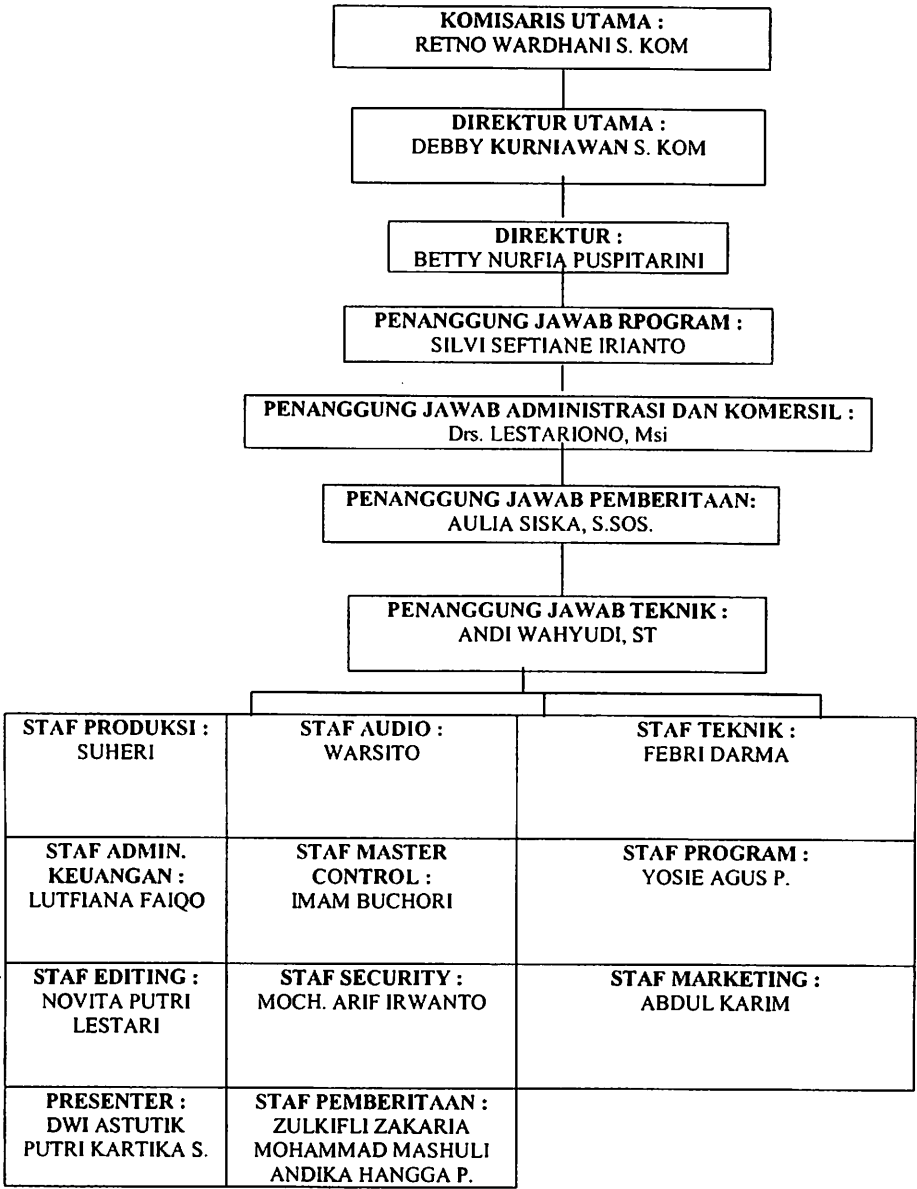
Divisi ini bertugas merencanakan dan melaksanakan event (program acara) di luar program acara studio. Serta menciptakan usaha –usaha lain di luar usaha – usaha yang ada di Citra TV. Sehingga mendapatkan hasil tambahan dari event dan usaha tersebut.

d. Divisi umum

Divisi ini bertugas mengatur kerumah tanggaan perusahaan yang bersifat umum. Baik itu alat tuliskantor sarana dan pra sarana serta keperluan – keperluan taktis Citra TV. Untuk tahap awal, karyawan PT. Citra Televisi berjumlah 15 orang yang akan dikontrak, dan kebutuhan akan SDM juga dapat dilakukan secara outsourcing maupun freelance. Karyawan PT. Citra Televisi yang

juga digolongkan lagi menurut bagiannya masing – masing beserta pendidikannya.

Struktur organisasi.



Bagan 2.3 sumber: company profil CTV

2). MBAH'E MURAH

Acara Mbah'e Murah di rancang untuk memberikan wadah bagi pemirsa Citra tv yang ingin mencari/membeli dan menjual barang-barangnya. Adapun barang-barang yang diperkenankan untuk diperjual belikan di acara ini adalah mobil atau motor, meubel, fashion, accessories, serta barang elektronik, baik bekas ataupun baru.

terjual, maka akan dikenakan biaya 5% dari harga yang terjual. Bagi pemirsa yang ingin membeli barang di acara Mbah'e Murah, dapat langsung datang ke studio Citra Tv dan tawar-menawar terhadap barang yang akan dibelinya.

3). TERMINALROHANI

Untuk menciptakan masyarakat yang tertib hukum dan aturan, haruslah dilandasi dengan norma agama yang kuat. Tanpa adanya landasan moral yang berupa agama, sebuah Negara tidak akan dapat berdiri dengan tegak dan kokoh. Bisa ditegaskan bahwa runtuhnya sebuah Negara berawal dari hilangnya agama dari para penduduknya.

Didasari hal tersebut diatas, maka Citra Tv menciptakan sebuah acara untuk meningkatkan keimanan serta ketaqwaan masyarakat Lamongan dan sekitarnya, terutama yang menyaksikan acara Terminal Rohani. Selain itu, acara ini juga sebagai media dak'wah bagi agama islam, karena mayoritas masyarakat Lamongan beragama islam.

Sasaran nya adalah Masyarakat Lamongan dan sekitarnya yang beragama islam. Pemuda pemudi di Lamongan dan sekitarnya supaya tidak terjerumus ke jalan yang sesat.

Bertujuan memberikan siraman rohani kepada masyarakat Lamongan dan sekitarnya, khususnya bagi umat yang beragama islam. Sarana dakwah bagi para ulama yang ada di Lamongan dan

sms dibuka supaya pemirsa di rumah dapat berkirim salam serta request lagu yang diinginkannya. Bagi Citra Music Lover's (sebutan hangat dari penggemar Salam Citra) juga bisa langsung tampil dalam acara ini, dengan ketentuan membayar administrasi sebesar Rp. 10.000,- tiap kali tampil.

6). DOKTER CITRA

Harta yang paling berharga bagi seluruh umat manusia di dunia ini adalah kesehatan. Materi yang berlimpah tak kan ada gunanya tanpa kesehatan jasmani dan rohani. Setiap orang pasti akan rela mengeluarkan uang puluhan juta rupiah agar badannya tetap sehat dan terjaga.

Dokter Citra merupakan sebuah acara untuk pemirsa setia Citra Tv yang peduli akan kesehatannya. Dalam acara ini akan dihadirkan narasumber, yaitu dokter-dokter yang telah berpengalaman serta memiliki wawasan yang tinggi pada bidangnya. Pemirsa setia Citra Tv dapat langsung berkonsultasi dengan dokter yang dihadirkan melalui telepon interaktif yang disediakan. Dengan adanya acara ini diharapkan dapat meningkatkan kesehatan serta mencegah terjadinya penyakit yang tidak diinginkan, terutama bagi para pemirsa setia Citra Tv.

Sasaran dari acara Dokter Citra adalah masyarakat umum yang peduli akan kesehatan, yang terkadang mereka belum memiliki waktu untuk memeriksakan keluhan yang ada dalam tubuhnya.

Bertujuan sebagai Sarana konsultasi kesehatan gratis antara dokter dengan pasien. Dimana pasiennya adalah pemirsa setia Citra Tv. Meningkatkan kesehatan serta mencegah terjadinya penyakit yang tidak diinginkan, terutama bagi para pemirsa setia Citra Tv. Mengangkat nama dokter yang menjadi narasumber dalam acara ini.

Dokter Citra yang disiarkan secara langsung bertempat di studio 1 Citra Tv, Jl.Lamongrero No.28, Lamongan. Dokter Citra diadakan satu minggu sekali, yaitu pada hari Jum'at, dengan durasi 60 menit, yaitu pukul 19.30 – 20.30 WIB.Acara Dokter Citra setiap episodenya mengambil tema yang berbeda.Para pemirsa setia Citra Tv dapat langsung berkonsultasi dengan dokter yang hadir pada acara ini melalui telepon interaktif yang disediakan.

7). INFO LAMONGAN

Salah satu fungsi dari sebuah stasiun televisi adalah sebagai media informasi, dimana melalui informasi tersebut audience mengetahui apa yang terjadi di lingkungannya. Sebagai sebuah televisi lokal, Citra Tv juga harus menjalankan fungsinya sebagai media informasi dengan menyajikan beragam informasi yang dibutuhkan masyarakat Bojonegoro dan sekitarnya.

Informasi yang akan disajikan dalam program Info Citra berbentuk berita. Dimana ciri-ciri nya adalah aktual, factual,

proximity (dekat dengan audience), dibuat berdasarkan kaidah jurnalistik yang berlaku dan berimbang.

Bertujuan Untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang peristiwa yang terjadi di kota Lamongan dan sekitarnya Sebagai alat untuk mendekatkan masyarakat dengan lembaga-lembaga pemerintahan maupun sosial yang ada Lamongan dan sekitarnya, untuk meningkatkan wacana masyarakat terhadap permasalahan yang terjadi di Lamongan dan sekitarnya. Sasarannya adalah seluruh audience yang terjangkau oleh sinyal CITRA TELEVISI, yaitu lamongan dan sekitarnya.

Program Info Lamongan ditayangkan dalam durasi waktu satu jam, yaitu pukul 18.30 - 19.30 WIB, setiap hari Senin – Sabtu. Info Lamongan yang disiarkan secara langsung bertempat di studio 1 Citra Tv, Jl.Lamongrejo No. 28, Lamongan.

Setiap hari wartawan turun lapangan untuk melakukan hunting berita dan menyetorkannya ke redaksi sebelum jam 14.00 WIB. Redaktur melakukan pengeditan redaksional naskah berita sedangkan editor melakukan proses capture gambar dan melakukan pengeditan gambar berita. Redaktur dan editor melakukan cek dan ricek atas berita yang dikirim wartawan. Hasil cek dan ricek dilanjutkan dengan proses edit selanjutnya (dubing dan dll) dan kemudian di burning. Gambar berita yang sudah diburning dalam

“saya menganggap televisi Ctv sebagai informasi dan termasuk televisi favorit masyarakat sekitar lamongan dimana Tv tersebut mampu membawa kota ini menjadi lebih baik mas. Bagaimanapun program acara yang di bawakan oleh Ctv itu tentang info lamongan, saya sebagai orang lamongan bangga dan sering juga menyaksikan tayangan yang di siarkan oleh Ctv mas.”⁸

“setrategi eksternal juga termasuk salah satunya dengan memperluas jangkauan siaran, memperluas suatu pemancaran di harapkan agar CTV ini lebih di kenal oleh masyarakat yang lebih luas dan juga mampu untuk membangun citra yang lebih luas tentunya. sebetulnya antena pemancar tv itu ada dua macem.. bisa dengan antena atau pemancar di atas tanah aja..ada juga yang menggunakan jasa satelit komunikasi, kami menggunakan satelit komunikasi... yang bisa mengirimkan siaran dengan menggunakan pemancar teresial yang mengirimkan siaran dengan menggunakan UHF.. jadi mas bisa melihat CITRA TV di chanal 97 UHF dan ultra high frequency yaitu sinyal yang mempuyai frekuensi antara 470 sampai 890MHZ.”⁹

“strategi jangka panjang termasuk juga selalu memperbaiki dan merevisi progam karena penayangprogram acara televisi yang juga g asal asalan mas.. kita harus tahu target dari program acara itu sendiri, seperti halnya program acara Bintang Kecil nggak mungkin kita menayangkan acara tersebut di jam pada saat anak anak lagi sibuk sekolah... sebab sasaran acara tersebut adalah sebagai acara anak anak dan kita mungkin bisa menayangkan pada hari libur minggu atau pada saat sore dini hari.. dimana anak sudah lepas dari aktivitas sekolahnya. Strategi progam ini juga sangat penting lo mas dalam membangun citra televisi citra ini, bagaimanapun progam yang akan di tayangkan akan di lihat oleh audien, jika program kami enggak tepat penempatanya maka audien akan meninggalkan program acara tersebut.”¹⁷

¹⁷Wawancara dengan Yosie Agus pada tanggal 15 januari 2011

Untuk menciptakan keadaan yang demikian, kiranya perusahaan PT.CTV lamongan melalui kebijakan internal humasnya, salah satunya dengan mengadakan pertemuan atau rapat kecil dengan para crew CTV agar komunikasi bisa berjalan efektif. Rapat kecil di harapkan bisa memecahkan suatu problem yang akan di pecahkan bersama, seorang pemimpin yang memiliki stasiun penyiaran tidak dapat mengambil keputusan berdasarkan pertimbangannya sendiri karena stasiun penyiaran pada dasarnya adalah kerja tim. Stasiun televisi yang baik merupakan usaha bersama para crew yang saling mendengar satu sama lain, berembuk satu sama lain dan mencari kesepakatan dalam mengambil keputusan. Apabila komunikasi sudah berjalan efektif perusahaan akan terciptanya suatu kekompakan dan kebersamaan yang semuanya akan terasa mudah dalam menggapai suatu cita cita perusahaan. Kekompakan dalam suatu tim kerja perlu di kembangkan antara lain dengan jalan rekreasi di luar jam kerja atau pada hari libur, mengadakan suatu rekreasi kecil ini akan menggugah para karyawan yang ada di CTV untuk mencintai perusahaannya, sehingga secara tidak langsung akan bekerja selalu demi perusahaannya sebagai imbalan terhadap di perhatikannya mereka serta hiburan yang sudah di berikan oleh perusahaan untuk kesejahteraan karyawan. Di samping membawa efek keakraban, karyawan

akan merasa memiliki kewajiban di dalam perusahaan tersebut. Strategi internal tersebut dengan membangun tim yang solid sesama karyawan baik antara atasan dan bawahan menjadi seperti keluarga dalam suatu lembaga perusahaan. Dengan tim yang solid juga maka output akan bermuara pada pencapaian pencitraan dalam perusahaan. Jika karyawan sudah dapat membangun tim yang solid maka akan dapat memberikan pelayanan yang sempurna juga ke pengguna jasa penyiaran dalam hal ini audien dari CITRA TV.

2. Strategi Eksternal Perusahaan

Bagi suatu perusahaan televisi, hubungan dengan public diluar perusahaannya merupakan keharusan yang mutlak. Demikian pula hubungan dengan public public khususnya, masyarakat pada umumnya. Hubungan yang harmonis dan baik dapat tercapai hanya dengan pengertian yang ikhlas, tidak dengan paksaan. Informasi hendaknya diberikan secara jujur, teliti, sempurna, dan berdasarkan fakta yang sebenarnya. Public terkadang sangat kritis dalam suatu yang actual dan tidak biasa. Karenanya sifat yang ramah merupakan salah satu syarat yang bisa menentukan berhasil atau tidaknya usaha external. Dalam strategi external PT.CITRA TV ini meliputi:

1. Berhubungan baik dengan media televisi local lain seperti JTV dan JTMC (*Jawa timur multimedia corporation*)
2. Hubungan baik dengan masyarakat umum.
3. Tambah karyawan (*marketing sales promotion*) dari kabupaten yang berbeda

3.beriklan di media sendiri

Maksud dari beriklan di media sendiri yaitu salah satunya dengan menayangkan sebuah bumper logo dalam waktu waktu tertentu, bumper logo merupakan citra audio visual yang mengidentifikasikan suatu media penyiaran. Peneliti sependapat dengan teori AIDDA, dalam membangun suatu pencitraan televisi di haruskan bisa membangkitkan perhatian (*attention*) dan apabila audien sudah memperhatikan di harapkan bisa menumbuhkan minat (*interest*) dari audien sendiri juga audien lain. Apabila audien sudah berminat untuk menonton program siaran CTV maka televisi CTV tersebut akan menjadi kebutuhan (*desire*) audien dimana audien akan mampu memberi keputusan (*decision*) untuk selalu melihat acara yang di siarkan oleh CTV dan di harapkan audien akan melakukan tindakan (*Action*) untuk tidak beralih ke program acara yang lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Di dalam penelitian ini peneliti hanya focus pada satu masalah maka dari itu kesimpulan dari proses strategi PT CTRA TV lamongan yang di terapkan adalah sebagai berikut:

Adalah proses strategi yang dilakukan oleh perusahaan dengan membangun tim yang solid untuk menarik perhatian karyawan, menggerakkan keinginan, dan menindak lanjuti agar minat karyawan di dalam perusahaan akan berjalan efektif dalam membangun pencitraan perusahaan.

Dalam proses strategi eksternal ini perusahaan juga berusaha untuk merebut perhatian dari audien sendiri juga audien lain agar dapat menerima segala bentuk progam acara yang di sajikan oleh CTV. Serta mampu membangun pencitraan televisi tersebut.

Adalah proses dimana strategi yang dilakukan dengan menayangkan bumper promo logo dan slogan dalam waktu waktu tertentu dalam penyiaran media sendiri.

